



Universidade de Brasília

Instituto de Artes
Departamento de Design

**Macaqueijo:
Um *food truck* de macarrão
com queijo**

Rainer Araújo Barbosa de Oliveira – 10/0120806
Orientadores: Prof. Dr. Evandro Renato Perotto
Prof^a. Dr^a. Shirley Gomes Queiroz

Brasília
2016



Universidade de Brasília

Instituto de Artes
Departamento de Design

**Macaqueijo:
Um *food truck* de macarrão
com queijo**

Rainer Araújo Barbosa de Oliveira – 10/0120806

Brasília
2016

Lista de figuras

Figura 1: Carrinho de cachorro-quente comum nos anos 1990 no Brasil/Fonte: Autônomo Rico	6
Figura 2: Carrinho de cachorro-quente comum nos anos 1990 no Brasil/Fonte: G1	6
Figura 3: Food truck de comida indiana: a comida refinada saiu dos restaurantes / Fonte: Direct Itaro	7
Figura 4: Food truck vegano: mercado possibilita variedade de cardápios / Fonte: Catraca Livre	7
Figura 5: Esquema ilustrativo do processo metodológico./ Fonte: Autor	11
Figura 6: Restaurantes de comida rápida ganharam espaço com a vida corrida. / Fonte: American News	13
Figura 7: Comida de rua ganhou espaço com a vida corrida. / Fonte: Revista Status	14
Figura 8: Asia Motors Towner adaptada para cachorro-quente – clássico dos anos 1990 – e um truck dos anos 2010: mesmo produto, apelos diferentes. / Fontes: Organizando Eventos/Diário de S. Paulo	14
Figura 9: Food Park na Av. Brigadeiro Faria Lima, em São Paulo/SP. / Fonte: Veja SP	16
Figura 10: Evento PicniK, realizado periodicamente em Brasília e em Goiânia: Grande concentração de público de food truck / Fonte: Blog do Math	17
Figura 11: Food trucks estacionados na Esplanada dos Ministérios. / Fonte: Metrôpoles	18
Figura 12: Macaroni and Cheese, o inglês macarrão com queijo, famoso mac and cheese. / Fonte: RecetasGratis.net	20
Figura 13: Aglutinação de palavras resultou no nome escolhido.	22
Figura 14: Inspirações visual para este projeto. / Fonte: Montagem; Imagens de divulgação	24
Figura 15: Fonte principal da identidade visual. / Fonte: Autor	25
Figura 16: Fonte auxiliar da identidade visual. / Fonte: Autor	26
Figura 17: Paleta de cores deste projeto. As três principais estão acima das outras seis secundárias/auxiliares. / Fonte: Autor	27
Figura 18: Esboço da primeira alternativa. / Fonte: Autor.	28
Figura 19: Segunda alternativa gerada para Macaqueijo. / Fonte: Autor	29
Figura 20: Marca completa, com os tons definidos na paleta de cores. / Fonte: Autor	30
Figura 21: Fluxo da rotina semanal. / Fonte: Autor	33
Figura 22: Fluxo do processo de compra pelo cliente. / Fonte: Autor	33
Figura 23: Fluxo do preparo do pedido do cliente pelo funcionário. / / Fonte: Autort	33
Figura 24: VW Kombi e Fiat Ducato adaptados para food truck. / Fonte: Nei Transformações	34
Figura 25: Renault Master e Ford Transit, ambos em versões Chassis, adaptados para food truck. / Fonte: Renault / Ford	34
Figura 26: Iveco Daily 35S14, em sua versão Chassis, adaptado para food truck. / Fonte: Blog Iveco / Brasil America Trucks	35
Figura 27: Desenho técnico do modelo escolhido. / Fonte: The-Blueprints.com	36
Figura 28: Leiaute interno de um food truck em operação nos EUA, produzido pela empresa Apollo. / Fonte: Apollo	37
Figura 29: Leiaute interno de um food truck em operação nos EUA, produzido pela empresa Apollo. / Fonte: Apollo	37
Figura 30: Leiaute destinado ao veículo do projeto. / Fonte: Autor	38
Figura 31: Massa do tipo "cotovelo": tradicionalmente utilizada na receita de mac and cheese. / Fonte: Barilla	40
Figura 32: Representações da embalagem escolhida para agregar ao projeto. / Fonte: Guactruck	41
Figura 33: Planificação da embalagem proposta para o projeto. / Fonte: Autor	42

Sumário

Introdução	5
Justificativa	5
Contexto	6
Objetivo.....	9
Objetivos específicos	10
Processo metodológico	11
Estrutura do Trabalho	12
Levantamento de dados	13
Requisitos do projeto.....	17
Público-alvo	17
Consciência ambiental.....	18
Cardápio	20
Legislação.....	21
Desenvolvimento.....	22
Identidade Visual	22
Naming	22
Inspirações	23
Tipografia.....	25
Paleta de cores	27
Símbolo.....	28
Marca completa	30
Serviço	31
O restaurante por trás do caminhão	31
Durante a semana	32
Fluxos do serviço.....	33
Veículo.....	34
Leiaute interno	37
Produto	39
Empresa	43
Considerações finais	45
Referências bibliográficas	47
Anexos	

Introdução

Em expansão em diversos países, os *food trucks* se tornaram uma alternativa em nações com a economia fragilizada, tal qual a atual situação brasileira. Este projeto propõe-se desenvolver um estabelecimento itinerante que segue a atual tendência de comércio de comida de rua que são os *food trucks*.

Neste trabalho, serão desenvolvidas as necessidades referentes à programação visual, projeto de produto e design de serviços. A proposta é elaborar todas as etapas necessárias para iniciar a atividade comercial, desde os alicerces do desenvolvimento, passando pela legislação vigente, processos burocráticos, além da elaboração no que concerne ao design e suas afinidades.

Justificativa

Os *food trucks* tem como razão de ser o fato de oferecerem refeição rápida, bem elaborada, ser itinerante e – comparados a restaurantes físicos da mesma qualidade de produção e atendimento – preço acessível. Por ser uma atividade recente no país, a baixa burocracia do setor – que se dá por causa do processo de criação de legislação adequada – corrobora para esse evidente crescimento desse tipo de comércio. O apelo visual deste tipo de estabelecimento é algo muito presente. A elaboração de uma identidade visual eficiente é imprescindível para o sucesso do negócio e sua inserção no mercado.

Neste projeto, serão desenvolvidos os processos estratégicos de produção e serviço, as formas de armazenamento dos alimentos, a rota de trabalho dentro do caminhão, onde cada elemento interno vai se localizar e o porque de cada parte estar onde está, bem como sua identidade visual, considerando as estratégias de contato com o público a fim de torná-lo visível e presente em seu cotidiano.

Brasília é uma cidade com público para esse tipo de projeto, sejam jovens em eventos sociais de cultura alternativa, sejam servidores de órgãos públicos na Esplanada dos Ministérios, sejam consumidores que gostam de conhecer e dar *força* às novidades e tendências de mercado, além daqueles que prezam pela produção local.

O atual cenário comercial do ramo alimentício no Brasil está seguindo uma tendência mundial que é o segmento dos *food trucks*. Observando a ebulição desse mercado, principalmente em cidades médio-grandes como Brasília, este projeto tem como

objetivo desenvolver todas as etapas necessárias para que seja possível o funcionamento de um estabelecimento dessa categoria.

Contexto

A venda de comida na rua sempre foi uma realidade no Brasil e no mundo. Com a característica de ser prática, rápida e barata – tanto para quem produz, quanto para quem consome – é uma óbvia saída para quem busca se alimentar no acelerado ritmo dos dias de hoje. Como em todas as áreas do comércio, as formas de atendimento e serviços vão se renovando. Com a venda de rua não seria diferente. Nos anos 1990, o Brasil sentiu o *boom* dos veículos importados, e com ele os furgões compactos asiáticos que, por sua praticidade, substituíram grande parte dos tradicionais reboques com os materiais necessários para a preparação de lanches pelas cidades do país.



Figura 1: Carrinho de cachorro-quente comum nos anos 1990 no Brasil/Fonte: Autônomo Rico



Figura 2: Carrinho de cachorro-quente comum nos anos 1990 no Brasil/Fonte: G1

No final dos anos 2000 e início dos anos 2010, uma nova forma de venda de comida de rua surgiu nas ruas dos Estados Unidos, motivada pela crise de 2008 que afetou fortemente a economia daquele país. Uma forma de venda já conhecida, porém com uma nova experiência ao consumidor. Os *food trucks* são uma renovação do que já se conhecia do ramo de comida de rua *sobre rodas*. Com o ritmo cada vez mais frenético nos grandes centros do mundo, fica cada vez mais difícil ir até um restaurante e usufruir da experiência do local. Com isso, a culinária refinada saiu de sua zona de conforto e foi para a rua servir quem ansiava por isso. O diferencial desse tipo de comércio é a possibilidade de servir variadas refeições, de acordo com a preferência do cliente e fugir um pouco daquela fama de que comida rápida não é comida saborosa, prazerosa e até mesmo saudável.



Figura 3: Food truck de comida indiana: a comida refinada saiu dos restaurantes / Fonte: Direct Itaro



Figura 4: Food truck vegano: mercado possibilita variedade de cardápios / Fonte: Catraca Livre

Como a maioria das tendências mundiais, os *food trucks* são mais um sinal da instantânea globalização na qual o planeta se encontra. O Brasil não ficou de fora e, em 2012, os primeiros caminhões de comida começaram a surgir na cidade de São Paulo e, desde então, começaram a se espalhar pelos centros urbanos do país. Atualmente, esse ramo também está em plena ebulição em cidades como Rio de Janeiro, Brasília, Goiânia e Belo Horizonte, por exemplo. E a tendência é que sua expansão não cesse tão cedo, principalmente em meio a essa crise que o país vem enfrentando desde o início dos anos 2010. De acordo com o organizador de *food parks* – evento que reúne vários *trucks* de diferentes tipos de comida em estacionamentos de parques ou shoppings – da Savassi (bairro nobre de Belo Horizonte/MG), em abril de 2016 haviam, pelo menos, 120 caminhõezinhos de comida na capital mineira. Segundo ele, as praças são livres para quem chegar primeiro, porém nos *parks* costuma-se fazer um rodízio de veículos estacionados, a fim de dar oportunidades de todos participarem do evento. Já a capital fluminense conta, desde outubro de 2015, com um *food park* fixo na Tijuca, Zona Norte da cidade do Rio de Janeiro. Segundo seu idealizador, a inspiração veio do *Butantan Food Park* que funciona na capital paulista. De acordo com ele, o espaço ao ar-livre é essencial para que seja criado um espaço aconchegante, onde as pessoas podem, além de comer, se divertir e confraternizar.

Objetivo

O objetivo do presente projeto consiste em *criar um serviço de food truck de macarrão com queijo para o público do Distrito Federal*. A partir deste, podem ser definidas as tarefas a serem executadas para que o desenvolvimento do projeto seja pleno e consistente no que cabe ao designer realizar.

Deverão ser criados algumas necessidades indispensáveis para o sucesso do projeto. A seguir, uma explanação de cada uma delas.

- É de grande importância que a identidade visual seja criada para que o *food truck* tenha o apelo visual necessário para sua inserção no mercado.
- O leiaute interno do caminhão, devido ao espaço reduzido de trabalho, todos os utensílios, equipamentos e materiais necessários para a produção no caminhão devem estar posicionados a fim de facilitar e deixar o trabalho mais prático.
- Deve ser elaborado um modo facilitador do ato de comer, algo que auxilie o usuário no momento de consumir o produto, a fim de que ele não se suje ou desperdice o alimento a ser consumido.
- A experiência do usuário deve ser privilegiada neste projeto, tendo em vista que não basta o prato ser saboroso, mas o consumidor deve sentir vontade de voltar ao estabelecimento em outras oportunidades, afinal, experiências anteriores positivas – bem como as negativas – tem enorme peso na decisão posterior de retornar – ou não – para consumir os produtos novamente. O prato elaborado deve transparecer os ideais da empresa, bem como o tempo de entrega ao cliente a fim de que a experiência – em condições normais de atendimento – seja sempre positiva, combinando um bom atendimento, um fluir adequado do preparo, tempo de espera diminuto, além, evidentemente, de o prato entregar qualidade, sabor marcante e agradável, bem como sua apresentação deve ser interessante visualmente a quem o está consumindo.

Objetivos específicos

Baseando-se no objetivo geral, foi feita uma pormenorização para que se pudesse visualizar os objetivos específicos deste projeto.

Criar um serviço de food truck de macarrão com queijo para o público do Distrito Federal.

CRIAR: Identidade visual, leiaute interno do veículo e a definição de um facilitador do ato de comer.

SERVIÇO: Priorização da experiência do usuário.

FOOD TRUCK: Escolha do veículo adequado, que seja suficiente para atender às exigências físicas e legais para o funcionamento pleno do serviço de food truck.

MACARRÃO COM QUEIJO: Definição do cardápio, escolha da receita, formato da massa.

PÚBLICO: Quem é, onde está, por que vai?

DISTRITO FEDERAL: Onde o veículo estará presente?

Processo metodológico

Neste projeto, o processo metodológico dar-se-á da forma apresentada a seguir. Será traçado um panorama sobre o cenário atual dos *food trucks*, bem como sobre seu público e como ele se comporta. Após isso, uma exploração do que é tendência no âmbito visual, a fim de entender o que está rodando pelas ruas da cidade. Em seguida, as *burocracias* devem ser conhecidas a fim de se adaptar este projeto às exigências acerca dessa atividade. Dentre elas, se encontram a legislação, associações de *food trucks* bem como a definição da rotina de trabalho do veículo. O quinto passo é acerca dos estudos de leiautes internos dos caminhões de comida já existentes, bem como sua definição adequada a este projeto. E, por fim, a definição da própria identidade visual. A seguir, um gráfico para ilustrar este processo.

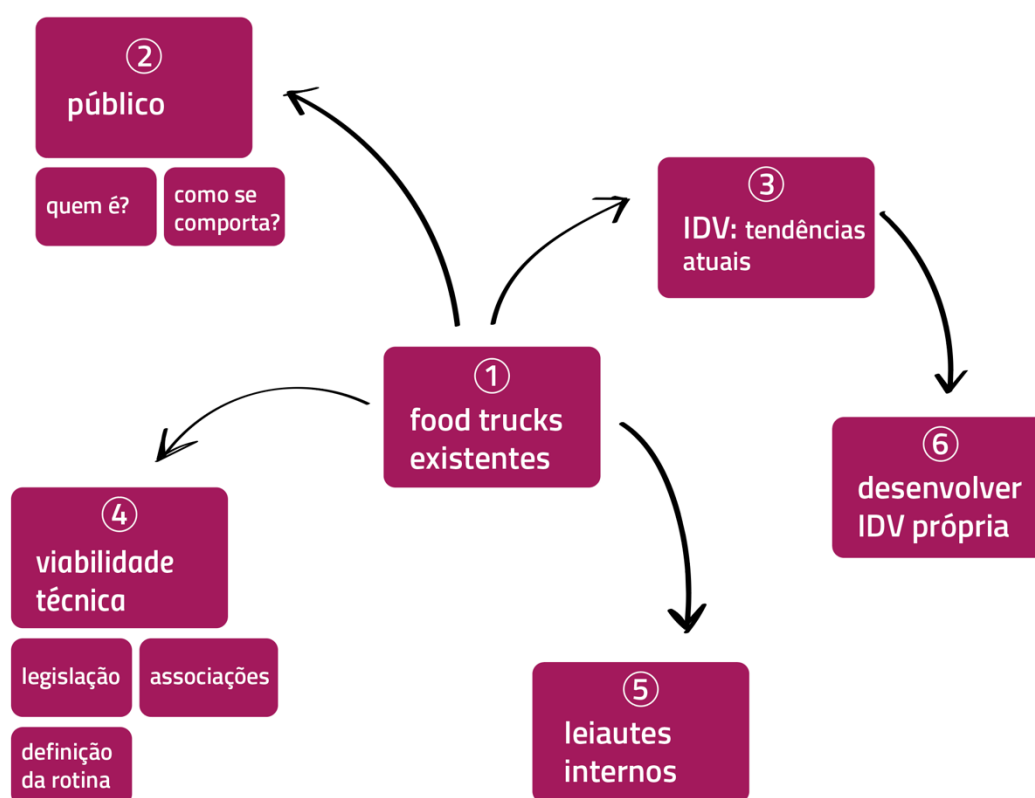


Figura 5: Esquema ilustrativo do processo metodológico./ Fonte: Autor

A imagem anterior enumera os passos e seus *subpassos*. As setas indicam que é importante verificar esses passos baseando-se nos *trucks* já existentes e, a partir deles, desenvolver este projeto.

Estrutura do Trabalho

Este trabalho estruturar-se-á em cinco capítulos.

O primeiro capítulo consiste na introdução, onde está apresentado o tema do projeto, os objetivos geral e específicos, além da contextualização do tema, bem como o processo metodológico utilizado.

No segundo capítulo encontrar-se-ão as pesquisas acerca do tema, onde são levantados dados necessários para a realização do projeto, um exame sobre o que está em evidência no mercado de *food trucks*, seja soluções de identidade visual, de embalagem, de leiautes internos do veículo, enfim, tudo aquilo o que foi necessário para o embasamento deste projeto.

No terceiro capítulo tratar-se-á dos requisitos do projeto. Conta com uma análise do público ao qual este projeto se destina, discorrendo acerca de suas atividades, gostos e estilo de vida. Também há uma abordagem sobre a importância da consciência ambiental, pois, a cada dia que passa, a preocupação com o meio-ambiente está mais a florada e é papel do produto deste projeto estar alinhado com os ideais que agitam de forma comedida o planeta em que atua. Parte importante de um projeto que envolva alimentação, o cardápio será apresentado, bem como a justificativa de ele ter sido escolhido e o porquê de o *macaroni and cheese* ter sido escolhido como prato principal deste projeto.

No quarto capítulo será exposto o desenvolvimento do projeto, abordando a elaboração do nome, a descrição do serviço e o desenvolvimento de um produto que auxilie no ato de comer.

O quinto capítulo consistir-se-á da apresentação do projeto, com mocapes e imagens das peças elaboradas neste trabalho.

Por fim, os sexto e sétimo capítulos tratarão das últimas fases deste trabalho. O primeiro trata das considerações finais, explanando as experiências obtidas com este projeto. E o último capítulo expõe as referências utilizadas como base de pesquisa para esse projeto.

Levantamento de dados

Comer na rua

O ato de se alimentar na rua é uma prática constante da sociedade brasileira. Desde uma simples pipoca a uma refeição completa, o brasileiro está habituado – sempre que lhe convier – a se alimentar na rua. Nos grandes centros urbanos, essa prática se dá com mais frequência devido ao frenético ritmo de vida, visto que, graças à voracidade de crescimento econômico, tem diminuído o tempo, na prática, de as pessoas se alimentarem – apesar de as leis trabalhistas brasileiras pregarem contra essa redução de tempo de almoço.

A partir do século XX, com a inserção da mulher no mercado de trabalho e devido à industrialização dos alimentos aliada às novas técnicas de cultivo e conservação, houve uma grande transformação no modo como grande parte da população se alimenta, ao menos no Ocidente. Segundo Jean-Louis Flandrin em sua obra *História da Alimentação*, "[...] a alimentação torna-se, propriamente falando, um Mercado de consumo de massa: a partir de então, processa-se como produto altamente transformando por procedimentos industriais de vanguarda. Concebidos e comercializados com apoio das mais modernas técnicas do marketing, embalagem e publicidade". Com a necessidade de se trabalhar por mais horas diariamente, cada vez mais longe de casa, o trabalhador brasileiro vem adaptando sua rotina trocando as refeições em sua casa por comidas rápidas ou comidas de rua. Nas figuras a seguir (6 e 7), podem ser vistos dois exemplos de comidas rápidas que vieram a fim de suprir a necessidade de quem é obrigado a se alimentar de forma rápida e prática fora de casa.



Figura 6: Restaurantes de comida rápida ganham espaço com a vida corrida. / Fonte: American News



Figura 7: Comida de rua ganhou espaço com a vida corrida. / Fonte: Revista Status

Observando essas mudanças, o mercado foi-se moldando a fim de atender a demanda de pessoas que desejam uma refeição rápida e que esteja onde elas estiverem, seja no local de trabalho, seja no local de lazer. É onde entram os *food trucks*.

Pode parecer estranho que uma prática tão comum como a de vender lanches ou refeições em veículos automotores tenha se tornado, só no início dos anos 2010, uma tendência mundial, *gourmet* – aqui com o significado de algo bem elaborado, bem feito – e até, arrisco dizer, *cult* – descolado, ponto de encontro de pessoas que frequentam, em geral, restaurantes. Todavia, os caminhõezinhos de comida da moda têm uma proposta bastante diferente do *tio* do cachorro-quente que trabalha em sua Asia Motors Towner. Por mais que um *truck* comercialize um cachorro-quente, seu foco, preparo e experiência do usuário são diferentes. Abaixo, na figura 8, pode-se ver uma montagem com exemplos de carrinhos de cachorro-quente e um *food truck* que vende o mesmo sanduíche porem com outra elaboração.



Figura 8: Asia Motors Towner adaptada para cachorro-quente – clássico dos anos 1990 – e um truck dos anos 2010: mesmo produto, apelos diferentes. / Fontes: Organizando Eventos/Diário de S. Paulo

Tendência nos grandes centros urbanos ao redor do mundo, esses caminhões unem a praticidade da comida rápida de rua à qualidade de pratos de chefs renomados por um preço competitivo gerando uma experiência única ao consumidor. Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE –, o *food truck* pode ser definido como uma cozinha móvel, de dimensões pequenas, sobre rodas que transporta e vende alimentos de forma itinerante.

Para que esteja em funcionamento, o veículo deve atender às normas locais vigentes de atuação, além, evidentemente, de respeitar às regras impostas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa.

Uma forte característica atual dos *food trucks* é o fato de eles servirem pratos bem elaborados, focando na experiência do usuário, a fim de fidelizá-lo àquele estabelecimento. Um grande desafio enfrentado por este tipo de comércio é atrelar bom atendimento com bom produto servido num curto tempo de espera. Superando-se essas *exigências*, a experiência do cliente seguramente será positiva, fazendo com que ele retorne outras vezes, passe a seguir – em redes sociais ou literalmente – o caminhão e compartilhe sua experiência positiva a pessoas de seu convívio.

Para que um veículo desses possa estar em funcionamento é necessário seguir algumas exigências de mercado e da legislação sanitária e a outras necessidades que auxiliem e transformem o serviço em algo prático de ser realizado, a fim de não postergar a entrega do produto final ao cliente. A primeira delas é a escolha do automóvel a ser utilizado. No Brasil, a oferta de veículos é relativamente vasta, variando de pequenos furgões transformados a pequenos caminhões, passando por carros de passeio e grandes furgões com adaptações a fim de atender a necessidade do ramo de alimentos escolhido. Quanto mais elaborado o cardápio, maior a necessidade de um veículo de maior porte. A maioria dos veículos em funcionamento no Distrito Federal, atualmente, são veículos comerciais leves adaptados, sejam furgões, sejam as versões com chassi exposto com um baú adaptado sobre ele.

Há, também, outros elementos indispensáveis para o funcionamento interno de um *truck* de comida. São variáveis de acordo com cada gênero de alimentos vendidos e estão listados, a seguir, os itens necessários para o presente projeto: Bancada com espaço para lixo acoplado, torneira de baixo consumo de água, fogão *cook top* de duas boas, panelas para cocção de massas, utensílios e talheres (facas, colheres de silicone, concha para o molho, colheres e pegadores para servir os pratos, ralador etc.), processador de alimentos, frigideira para aquecimento de alguns ingredientes, geladeira ou frigorífico,

organizadores com suporte para pratos, talheres e papel-toalha e caixa d'água de, no mínimo, 50L, além de um gerador de energia (preferencialmente com auxílio de placas solares no teto) e sistema de esgoto próprio.



Figura 9: Food Park na Av. Brigadeiro Faria Lima, em São Paulo/SP. / Fonte: Veja SP

Os *food trucks* se destacam, indubitavelmente, pelo seu visual. Ao rodarem pelas ruas das cidades, eles acabam por se tornarem atrações visuais, algo como uma intervenção artística no meio da corrida, frenética e apática cidade grande. É como um alívio visual, um momento de descontração – mesmo que por alguns instantes ao vê-lo rodar. Esses caminhõezinhos vêm atraindo não apenas por seu serviço e pratos servidos, mas também por sua estética com evidente ludicidade e acerto visual, na maioria das vezes. A identidade visual de um *truck* é ferramenta essencial para o sucesso – insisto, se atrelado a um eficiente serviço e comida saborosa –, logo é um ponto que deve ser estudado e não pode deixar de ser elaborado.

Um elemento importante, ainda, dos caminhões de comida de rua é a maneira em que se serve o alimento. A embalagem deve imprimir a identidade da marca, além de ser usual, a fim de facilitar o ato de comer. Devem ser eliminados – ou, ao menos, contidos – quaisquer tipos de lesão que possam ser causadas no contato do usuário com a embalagem. Sejam queimaduras causadas pela temperatura do alimento, seja por sujeiras causadas pelo alimento que cai enquanto o consumidor se alimenta, seja por qualquer outro tipo de acontecimento que possa ser evitado com uma embalagem eficiente.

Requisitos do projeto

Para que o projeto possa ser implementado em sua plenitude, devem ser atendidos alguns requisitos que auxiliem no seu processo de desenvolvimento. O foco no público é um ponto essencial para o sucesso do negócio, tendo em vista que o produto é feito para o público e para que seja gerada a experiência esperada a fim de que o cliente retorne e *recrute* mais pessoas de seus círculos sociais para se tornarem fregueses do estabelecimento. Outro aspecto importante neste projeto é a consciência ambiental. O *truck* deve respeitar a legislação acerca desse assunto, bem como se diferenciar por agir com mais afinco no tema.

Público-alvo

O público ao qual o *food truck* deste projeto se destina consiste em pessoas pré-dispostas à experimentação de novidades gastronômicas e tendências mundiais, além de desejarem saciar a fome de forma rápida.

No Distrito Federal, este público está espalhado em diversos pontos, se concentrando em eventos da cultura alternativa, onde há encontro de veículos do tipo do desenvolvido por este projeto. Não é possível limitar a um grupo restrito de pessoas, visto que é impossível impedir que as pessoas sintam fome e vontade de saciá-la ali mesmo na rua, onde o *truck* se encontra. O serviço deste projeto deve agradar tanto àqueles que se sentirem atraídos pelo caminhão e pelo prato servido, a fim de experimentar algo que é incomum nas ruas da cidade.



Figura 10: Evento PicniK, realizado periodicamente em Brasília e em Goiânia:
Grande concentração de público de food truck / Fonte: Blog do Math



Figura 11: Food trucks estacionados na Esplanada dos Ministérios. / Fonte: Metrôpoles

Consciência ambiental

Nos últimos anos, a preocupação com o meio ambiente, tem sido um tema recorrente em diversas áreas de atuação e no ramo da alimentação não seria diferente, afinal, é um assunto de interesse geral por se tratar do planeta no qual vivemos e deve-se, mesmo que de forma individual, agir a fim de tentar reverter o quadro de degradação do meio ambiente.

Este projeto preza pelo funcionamento do caminhão a fim de reduzir as agressões ao meio-ambiente. Para que isso aconteça, alguns tipos de materiais devem ser evitados – como o isopor que é, segundo uma pesquisa da Unicamp, extremamente agressivo na produção e no descarte, além de demorar cerca de 150 anos para se decompor. A coleta do lixo gerado pelo consumo deverá ser sinalizada e bem visível, já realizando uma separação do que é reciclável e do que não é, além dos resíduos orgânicos. A coleta dos dejetos gerados durante a produção dos pratos deve ser igualmente realizada de forma responsável, separando-se o que é reutilizável do que não é, igualmente como o que for descartado pelos consumidores do caminhão. O consumo de energia e de água deverá ser consciente, de forma que não haja desperdício e que seja feito um uso otimizado dessas fontes. A fonte de energia elétrica que menos prejudica o meio ambiente, atualmente, é a solar, que deve ser adotada no veículo deste projeto.

Por falar no sistema de abastecimento elétrico, uma das preocupações dos grandes centros urbanos acerca dos *food trucks* tem sido a questão ambiental. E, em muitos caminhões pela cidade, é claro o uso de geradores que funcionam com auxílio de combustíveis fósseis, fazendo com que a liberação de gases poluentes seja inevitável e evidente. Porém, nos últimos anos, com o avanço do mercado nos EUA, *trucks* de Nova Iorque, nos Estados Unidos, decidiram reduzir os impactos ambientais com a utilização de

placas de energia solar no teto do veículo. No verão de 2015, o governo estadual novaiorquino tomou a iniciativa de obter 500 veículos que fossem energeticamente eficientes. A atitude foi tomada porque com uma frota de três milhões de *food trucks* rodando, em média, 10 horas por dia, a quantidade de 6,4 milhões de quilogramas de dióxido de carbono é despejada na atmosfera. Por ser uma prática tão recente, inserida num contexto em que se fala de consciência ambiental a todo instante e no qual a maioria das pessoas tem a noção de que a poluição só vai degradar ainda mais o planeta, este projeto apoia a adesão de um sistema energético que utilize a luz solar para se suprir.

Para veículos como o deste projeto, a energia solar é captada por uma película fixada na área total do teto que, segundo uma empresa especializada neste ramo no Brasil, a Sunlution, tem capacidade de auxiliar na produção energética e, principalmente, na diminuição da emissão dos gases nocivos ao ambiente.

Cardápio

Os *food trucks* são conhecidos por servirem um prato de uma determinada cozinha, sem grande variedade no cardápio, afinal, a logística desses estabelecimentos é bastante limitada, e os pratos precisam ser limitados – seja em número de pratos servidos, seja em número de pratos ofertados. Para o *truck* deste projeto foi escolhido um cardápio baseado na receita inglesa do macarrão com queijo (*macaroni and cheese*, conhecido também como *mac and cheese*). Serão oferecidas ao público três variedades do prato: uma delas é a versão tradicional do *mac and cheese*, com massa e um molho de queijo; outra – que é uma variação da receita original, que é bastante famosa nos Estados Unidos, país que adotou o prato inglês como um prato local – é a versão com bacon em pedaços, além do molho de queijo e, ainda, uma versão com o paladar regional do Brasil, focando na região nordeste, que consiste num prato de macarrão com molho de queijo coalho e carne de carque. A escolha desses três tipos de receita se deu pela praticidade de preparo e facilidade ao comer. Duas variantes apresentam o prato como é servido tradicionalmente nos EUA e no Reino Unido. A terceira versão é uma solução para se adaptar o prato estrangeiro para o paladar nacional a partir do momento em que ele agrega dois produtos amplamente consumidos pelo Brasil. A carne de charque está presente em diversas receitas regionais de norte a sul do país. O queijo coalho está presente no litoral de estados de diversas regiões. Unir esses ingredientes num prato internacional, traz esse prato que, outrora longínquo, agora está próximo do consumidor por oferecer ingredientes que sempre estiveram presentes na cultura nacional. A questão do regionalismo, com o desenvolvimento do negócio, pode ser ampliada com ingredientes marcantes de outras regiões do país, porém não serão detalhados neste projeto.

Estes três pratos serão os carros-chefes do *truck* deste projeto. Além da limitação de se ter três variedades ofertadas, decidiu-se, no primeiro momento de funcionamento e para que haja otimização das quantidades de pratos preparados, que serão, no máximo, 90 refeições vendidas por turno de trabalho.



Figura 12: *Macaroni and Cheese*, o inglês macarrão com queijo, famoso *mac and cheese*. / Fonte: *RecetasGratis.net*

Legislação

Para que o veículo possa circular pela cidade e possa comercializar seus pretendidos produtos, existe uma série de exigências burocráticas por parte do governo e da Anvisa, que regulam o funcionamento desse tipo de estabelecimento. Por ser uma prática nova no país, ainda não existe uma legislação federal acerca do assunto, apenas leis estaduais – no caso do DF, distrital – e municipais.

Por parte do governo, o, outrora, Projeto-Lei 679/2015, que foi aprovado em dezembro de 2015, foi tornou-se lei ao ser sancionada pelo governador do Distrito Federal, tornando-se na lei 5.627, de 15 de março de 2016. Em suma, este decreto determina que os *food trucks* tenham, além da área de preparo final dos produtos no veículo, uma cozinha física, num endereço que tenha as condições sanitárias exigidas pelo órgão regulador, o caminhão deve ter autonomia de abastecimento de água durante seu período de atuação e de energia elétrica, bem como a captação dos resíduos gerados por ele. O veículo – que pode ser automotor ou rebocável – deve ter medidas máximas de 7m de comprimento, 2,5m de largura e 3,5m de altura, podendo contar com tenda retrátil. Além de tudo isso, o veículo deve proporcionar condições mínimas de preparo e armazenamento de alimentos de forma adequada.

Anexado a este relatório, encontra-se a lei supracitada. Nele encontram-se todas as exigências do Governo de Brasília para a atividade comercial dos *food trucks*.

Desenvolvimento

Identidade Visual

Segundo reportagem da coluna *Pensando Fora do Baú* do site *MSN Carros*, “Um design atraente e condizente com o estilo de seu público-alvo somado a um ambiente visivelmente limpo são chaves para o êxito”.

Baseando-se nisso, os subitens a seguir tratam dos processos de elaboração de toda a parte visual do projeto.

Naming

Por ser um tipo de comércio com grande apelo visual, um elemento muito importante para que haja um bom alcance de público é o nome que a empresa leva consigo. Por ser um projeto de motivação pessoal, o processo de escolha do nome não tomou muito tempo neste projeto. Porém, a seguir, uma explanação acerca da escolha deste nome.

Os *food trucks* têm como característica ser algo descontraído, divertido e leve, portanto, a denominação deste projeto deve levar a descontração, diversão e leveza que caracteriza esse tipo de atividade comercial, a fim de entregar um nome que crie algum tipo de laço afetivo, seja pela surpresa de um nome incomum, seja pela informalidade e espirituosidade entregues por ele. A seguir, uma explanação de como se chegou ao nome definido.

O prato servido pelo *truck* é, conforme já mencionado, *mac and cheese*. Este nome é uma abreviação em inglês para macarrão com queijo. Decidiu-se, pois, por utilizar um nome que fuja aos estrangeirismos além do próprio nome do prato, mas que também seja algo cômico, que gere simpatia com os consumidores em potencial e desperte a curiosidade daqueles que virem a marca. O nome escolhido para esse projeto foi **Macaqueijo**, que consiste na aglutinação das palavras **macarrão** e **queijo**, ingredientes principais dos pratos ofertados.

Macarrão com queijo
Macarrão com queijo
Maca + queijo
Macaqueijo

Figura 13: Aglutinação de palavras resultou no nome escolhido.

Foram consideradas variantes como *Makaqueijo* ou *Makakeijo*, porém, com o nome estilizado desta forma, perde-se a grafia original das palavras que serviram de base para esta aglutinação. E, desta forma, cria um *clima* infantilizado por excluir o dígrafo *qu-* em favor da letra *k*, que, apesar de estar no alfabeto da língua portuguesa no Brasil desde a adoção do novo acordo ortográfico – de 1990, vigente no Brasil desde 2009 e único acordo válido desde 2012 –, não é uma letra que esteja tão presente no vocabulário local, fazendo com que alguns pensem que seja algo estrangeiro. E este projeto não fará uso de estrangeirismos que vão além do nome do prato inglês e do tipo de atividade comercial aqui abordada.

A descontração do nome será estendida também ao cardápio, pois o prato com carne seca chamar-se-á *Macaqueijo Arretado*, em referência à região nordeste que tem por tradição consumir os ingredientes do prato.

Inspirações

Foram encontrados no mercado – nacional e internacional – alguns projetos semelhantes a este que podem servir de referência visual para este projeto. Abaixo, alguns exemplos. Pode-se notar que os veículos chamam atenção por onde passam e estão caracterizados seja pelo tema de seu cardápio, seja pelo contexto em que esta inserido.

Na fotomontagem abaixo, podem ser observadas cinco imagens, sendo quatro de *food trucks* em funcionamento. Dois deles servem *mac and cheese* e os outros dois são apenas exemplos de caminhões desse ramo. Nos dois veículos retratados na parte superior da imagem, podem ser notados elementos comuns, como a chamativa cor amarela, que representa o macarrão e o queijo, alimentos de coloração, em geral, amarela. Nas imagens inferiores da fotomontagem, o estilo aponta para algo mais sóbrio e menos *amarelo* que os anteriores. Elementos tipográficos foram utilizados no *truck* da imagem inferior da esquerda como uma textura, utilizando frases e expressões que adjetivem os pratos servidos. A imagem ao seu lado mostra um *food truck* especializado em hambúrgueres de São Paulo, que tem um estilo mais sóbrio, mais com um elemento gráfico que representa a globalização, uma clara referência ao sanduíche vendido por ele e que é comercializado em muitos países do mundo.



Figura 14: Inspirações visual para este projeto. / Fonte: Montagem; Imagens de divulgação

Tipografia

Para compor a marca, houve a seleção de uma tipografia que se adequasse aos conceitos que o nome da empresa se propõe em transparecer. Deve ser leve, jovem, simples, descontraída, de fácil leitura¹ e legibilidade² e de fácil composição com o símbolo. Decidiu-se que, para que se atingisse essas características requeridas, a tipografia deveria ser do tipo sem serifa, com isso, o texto pode expressar leveza e clareza. Para o logotipo, a fonte será escrita com os caracteres em maiúsculo.

Foi escolhida para este projeto a fonte *Champagne & Limousines* no peso negrito para compor o logotipo da empresa. Devido ao fato de ser uma tipografia gratuita que pode ser facilmente descarregada na internet, algumas letras necessitam de ajustes de espaçamento e algumas suavizações de quinas para que os caracteres ficassem com menos abruptas visualmente. Apesar dos ajustes necessários para que ela atinja o resultado esperado, é uma família tipográfica que cumpre bem os requisitos exigidos.



Figura 15: Fonte principal da identidade visual. / Fonte: Autor

Como tipografia auxiliar, foi eleita a Titillium Regular e Seminegrito. Esta família de caracteres foi escolhida por contar com uma excelente legibilidade e leitura para textos, além de ser leve, jovem e simples. Seu uso dar-se-á nos cardápios, onde há maior incidência de texto corrido, e onde houver necessidade de algum texto explicativo com a identidade visual da empresa. Na página seguinte, um exemplo da tipografia auxiliar em uso.

¹ **Leiturabilidade:** Do inglês *readability*, diz respeito à facilidade com que o olho absorve a mensagem e se move ao longo da linha.

² **Legibilidade:** Diz respeito à facilidade com que uma letra pode ser distinguida de outra.

Macaqueijo **com Bacon**

Massa acompanhada de molho de queijo, da casa, contemplada com uma generosa porção do mais crocante bacon e finalizada com parmesão gratinado.

Titillium Regular e Semibold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy
Zz 1234567890

Figura 16: Fonte auxiliar da identidade visual. / Fonte: Autor

Paleta de cores

Para que se possa traduzir os conceitos da marca, um dos elementos fundamentais é o esquema cromático. Para isso, foi elaborada uma paleta de cores que será utilizada na identidade visual de Macaqueijo. Para expressar com plenitude o que se propõe, foram escolhidas três cores principais e seis auxiliares. Uma característica importante é que, apesar de bastante variada, a paleta não conta com saturação 100% nas cores, o que reduz substancialmente o peso e a agressividade espalhafatosa que muitas cores diferentes usadas ao mesmo tempo podem causar.

As cores principais foram escolhidas por terem familiaridade aos tons de cor expressados nos pratos. Como o prato baseia-se em macarrão com queijo, os tons de amarelo estão bem presentes nele por causa da tonalidade da massa quando cozida. O alaranjado representa o queijo cheddar, tradicionalmente usado na receita, por exemplo. É costumeiro que, ao comer massas, o consumidor aproveita para degustar um vinho para concluir essa experiência.

A seguir, a paleta de cores escolhida para este projeto que se propõe a traduzir o que foi dito até aqui.



Figura 17: Paleta de cores deste projeto. As três principais estão acima das outras seis secundárias/auxiliares. / Fonte: Autor

Símbolo

A geração de alternativas do símbolo da marca seguiu duas vertentes. Uma delas propõe-se a seguir a obviedade da cacofonia gerada pelo nome e adotar um mascote personagem que se chama *Macaqueijo*, um macaco que ama macarrão com queijo.

A alternativa criada apresenta o perfil do rosto de um chimpanzé de óculos escuros para que se aproximasse o personagem de seu público. O símbolo, também, demonstra que o *Macaqueijo* está com vontade de comer o macarrão com queijo através de uma representação bastante comum desse tipo de atitude, que é a língua para fora da boca como se estivesse contendo a saliva gerada pelo desejo de consumir o prato.



Figura 18: Esboço da primeira alternativa. / Fonte: Autor.

Entretanto, o símbolo é bastante infantilizado, fazendo com que a marca expresse descontração em demasia. Por esta razão, foi gerada uma outra alternativa que representa de outra forma o que significa *Macaqueijo*.

Abaixo, a imagem da segunda alternativa gerada. Nela podem-se ver elementos que representam de forma mais clara o que é servido no *truck*. Os arcos têm o papel de representar o macarrão. Tradicionalmente, a massa usada é a, já citada, cotovelo. Por sua vez, o elemento central, representa o queijo utilizado no prato. Unindo-se a isso, encontram-se, ao centro do símbolo, o nome e o nome do prato servido pelo truck.



Figura 19: Segunda alternativa gerada para Macaqueijo. / Fonte: Autor

Marca completa

Após escolha da alternativa a ser empregada neste projeto, a paleta de cores foi aplicada a ela a fim de se compor a versão final da marca e esta é a assinatura completa de *Macaqueijo*.

Os detalhes técnicos da marca estarão dispostos no manual de identidade visual anexo a este relatório. A seguir, a representação completa da marca.



Figura 20: Marca completa, com os tons definidos na paleta de cores. / Fonte: Autor

Serviço

Neste projeto, uma área de grande importância para sua plenitude é o serviço. É, basicamente, o esqueleto de todo o trabalho, pois sem um serviço bem determinado é impossível que se possa planejar o funcionamento do *truck* e que todas as suas necessidades sejam sanadas de forma efetiva.

O serviço apresentado neste projeto consiste em atender o cliente, coletar seu pedido, receber seu pagamento e entregar o prato. Mas, há mais etapas importantes por trás de tudo isso, conforme explanado a seguir.

O restaurante por trás do caminhão

Conforme a legislação distrital decreta, os *food trucks* devem contar com uma cozinha física e fixa para o preparo inicial dos alimentos para que, na cozinha móvel, haja apenas a finalização do prato e seja feita a entrega ao consumidor. Portanto, a cozinha que servirá de base para o caminhão deste projeto deverá contar com os equipamentos necessários e capacidade de armazenar de forma adequada os alimentos – processados ou não – a fim de estarem sempre prontos para saírem às ruas com o *truck*. Paralelo a essas exigências técnicas, existe também as exigências a serem seguidas estipuladas pelo órgão de vigilância sanitária do país.

O armazenamento correto segundo a Anvisa, deve ser em locais refrigerados e iluminados, além de serem limpos de forma adequada e constante. Segundo publicação do IFT, a proteção química nas embalagens minimiza alterações na composição impulsionado pela influência do ambiente, como a exposição a gases (em geral, o oxigênio), umidade (ganho ou perda) ou luz (visível, infravermelho e ultravioleta). Diferentes materiais de embalagens podem propiciar uma barreira química. Vidro e metais, por exemplo, propiciam um bloqueio quase que total contra agentes do ambiente e químicos, além de algumas embalagens de metal ou vidro puros desde que tenham dispositivos de fecho acoplados para facilitar tanto o preenchimento como a retirada do conteúdo. Esses dispositivos devem contar com materiais que permitam níveis mínimos de permeabilidade.

As especificações descritas pelos fabricantes nas embalagens devem ser seguidas para que se mantenha a qualidade e que haja condições de consumo. Para que se mantenham imunes de se contaminarem com aroma e/ou sabor de outros alimentos, cada

item deve estar separado em recipientes hermeticamente fechados. Há, também, a exigência de se separar os produtos não-perecíveis daqueles que têm prazo de validade mais reduzido.

Durante a semana

O funcionamento do *truck* durante a semana será baseado nos dias de atividade nas ruas. A compra, processamento e pré-preparo dos alimentos foi delimitada a alguns dias da semana. Com a meta de servir 90 pratos por turno, pode-se ter uma noção de quanto alimento deve ser pré-preparado para cada período na rua.

Para as compras, alimentos que têm um prazo de duração maior serão adquiridos semanalmente. Massas, temperos, carnes, lácteos e vegetais, que podem ser acondicionados e têm durabilidade, ao menos, semanal serão armazenados de acordo com suas próprias especificações e exigências na cozinha física.

No caso da preparação prévia, os alimentos serão processados e armazenados no caminhão antes de cada turno de trabalho. Por se tratar do ramo alimentício, o custo para uma empresa produzir e processar seus produtos é expressivamente menor do que comprá-los já prontos para o preparo, ou terceirizar essa tarefa. Nesse momento, é feita a limpeza e o processamento dos vegetais, ralar ou cortar o queijo no formato de cada tipo, bem como a dessalgação da carne seca e o processamento do *bacon*. O caminhão vai rodar, no primeiro momento de funcionamento, de quarta-feira a domingo em dois turnos por dia, podendo ter sua rotina alterada de acordo com a demanda e retorno do público.

Fluxos do serviço

A seguir, alguns fluxos que auxiliam a entender como se darão a rotina do *truck*, a compra e o preparo dos pratos descritos em alguns passos.

– Fluxo da rotina

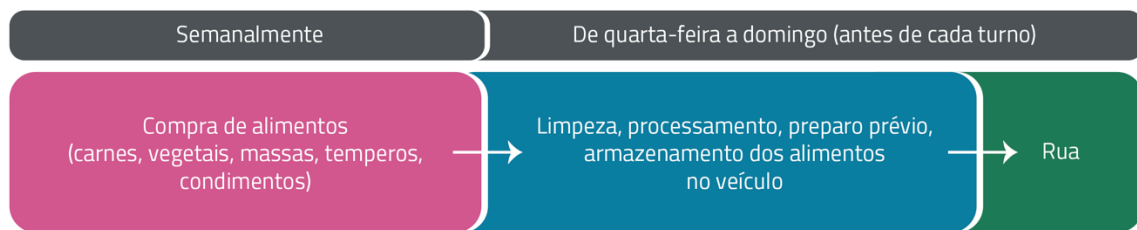


Figura 21: Fluxo da rotina semanal. / Fonte: Autor

– Fluxo de compra



Figura 22: Fluxo do processo de compra pelo cliente. / Fonte: Autor

– Fluxo do preparo

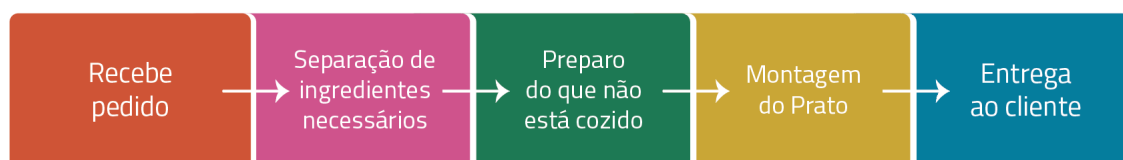


Figura 23: Fluxo do preparo do pedido do cliente pelo funcionário. // Fonte: Autor

Veículo

Um ponto claramente essencial para um *food truck* funcionar é a escolha do veículo que vai servir de base para o projeto. No Brasil, tornou-se bastante comum a utilização de furgões derivados em vans comerciais leves, como a VW Kombi (figura 24a) – veículo descartado deste projeto por não oferecer itens de segurança exigidos pela legislação brasileira, como freios com sistema antiblocagem e *air-bags* – e a Fiat Ducato (figura 24b), com suas devidas adaptações para o funcionamento. Há, porém, outro tipo de veículo, que consiste em um pequeno caminhão baseado numa van comercial leve, sem baú de carga na traseira e, sim, o chassi exposto, de forma que cada proprietário de *food truck* possa escolher qual baú adaptado ele irá colocar sobre a estrutura do veículo. Exemplos de veículos assim são o Iveco Daily 35S14, Renault Master Chassi (figura 25a) e Ford Transit Chassi (figura 25b).



Figura 24: VW Kombi e Fiat Ducato adaptados para *food truck*. / Fonte: Nei Transformações



Figura 25: Renault Master e Ford Transit, ambos em versões Chassis, adaptados para *food truck*. / Fonte: Renault / Ford

Para este projeto foi escolhido o Iveco Daily 35S14 (figura 26) por oferecer possibilidades de adaptar diversos tipos de baú e por ser mais barato que os concorrentes equivalentes, além de estar em concordância com as exigências de segurança da atual legislação de trânsito brasileira. Além disso, conta com dimensões que se encaixam nas que são requeridas pela legislação dos *food trucks* do Distrito Federal.

Segundo comparativo realizado em dezembro de 2015 pela Revista Quatro Rodas, o Iveco Daily foi eleito o melhor dentre seus concorrentes diretos, dentre eles o já citado Renault Master. Suas principais vantagens são oferecer um conjunto de câmbio e motor aliados a um baixo custo de manutenção, dizem os especialistas. A diferença de preço entre um veículo Iveco e um Renault é de cerca de R\$10.000,00 a menos para o modelo escolhido, de acordo com valores de tabela estipulados pelas fabricantes.

Um dos pontos do projeto é reduzir agressões ao meio ambiente, neste aspecto, o modelo Daily se destaca pelo motor moderno que tem níveis de poluição abaixo de seus concorrentes, mesmo sendo abastecido a óleo diesel, atendendo a exigências ambientais como o *Proconve*³ P7 do Ibama e o padrão utilizado na Europa, *Euro*⁴ V.

Por ser um veículo versátil, o baú criado pode ser desenvolvido de acordo com as necessidades do trabalho exigido. Atualmente, o Iveco Daily 35S14 é um dos modelos mais utilizados como *food truck* de médio e grande porte.



Figura 26: Iveco Daily 35S14, em sua versão Chassis, adaptado para food truck. / Fonte: Blog Iveco / Brasil America Trucks

³ **Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores – PROCONVE:** é uma divisão do IBAMA que disciplina as emissões veiculares de automóveis no Brasil.

⁴ **Euro - Padrão europeu de emissões:** é uma norma que disciplina as emissões de veículos novos comercializados na União Europeia.

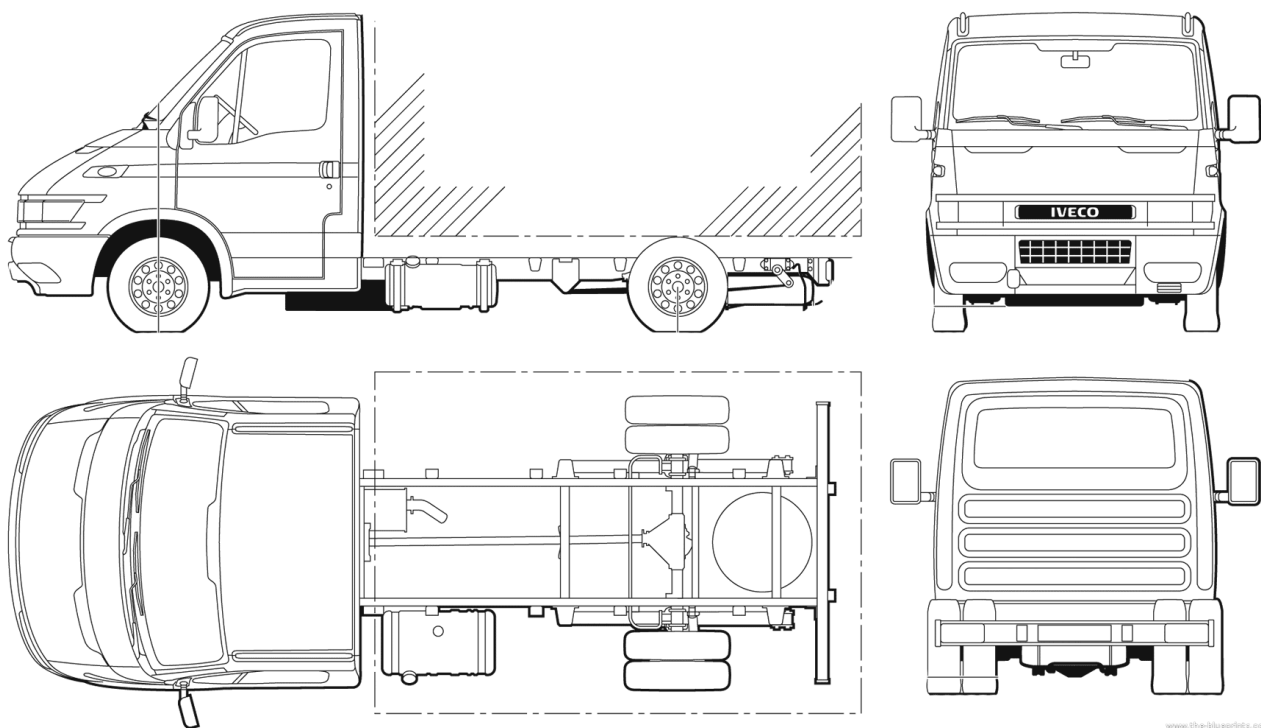


Figura 27: Desenho técnico do modelo escolhido. / Fonte: The-Blueprints.com

Leiaute interno

Para a otimização da realização das tarefas, é necessário que o espaço interno seja adequado para o trabalho, que não haja ninguém se esbarrando durante o processo de produção dentro do veículo. Logo, é importante que seja definido um leiaute interno da área de trabalho no caminhão. Abaixo, alguns exemplos de leiaute (figuras 28 e 29) já existentes no mercado.

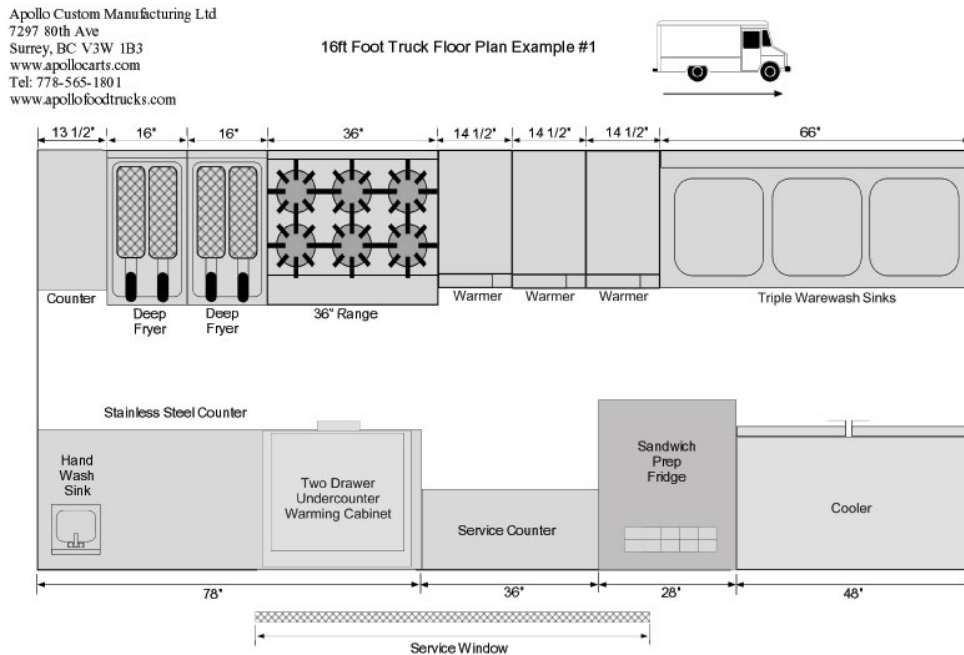


Figura 28: Leiaute interno de um food truck em operação nos EUA, produzido pela empresa Apollo. / Fonte: Apollo

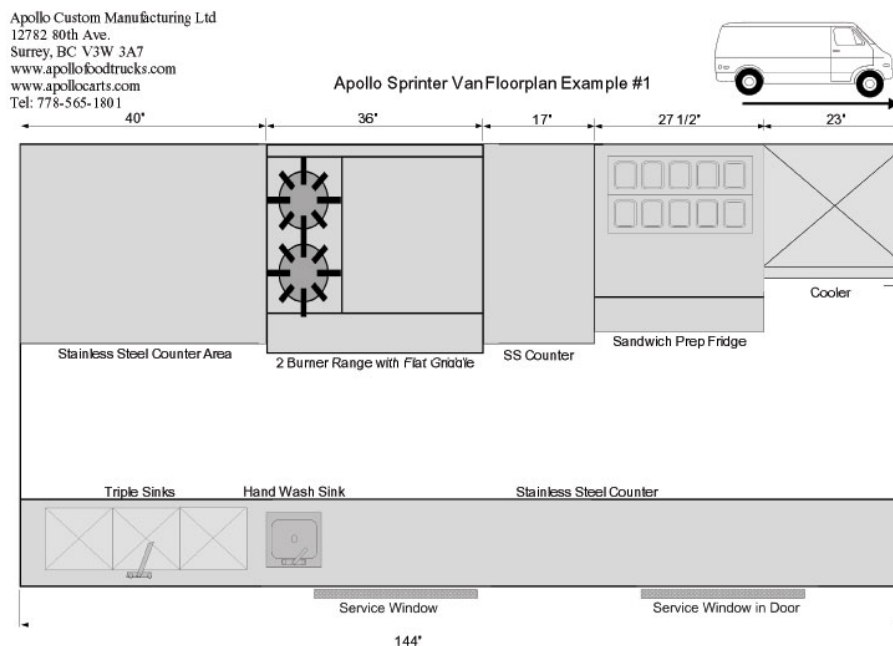


Figura 29: Leiaute interno de um food truck em operação nos EUA, produzido pela empresa Apollo. / Fonte: Apollo

Usando como base a obra *Dimensionamento Humano Para Espaço Interior*, de Julius Panero e Martin Zelnik para calcular o espaço de trabalho em um estabelecimento alimentício, determinou-se que as medidas apresentadas no livro – apesar de serem para um espaço físico – são possíveis de serem seguidas dentro de um *food truck*.

A seguir uma imagem (figura 30) do leiaute definido para este projeto. Neste esquema desenvolvido para este projeto, o serviço segue os fluxos de preparo e de pedido descritos anteriormente neste relatório.

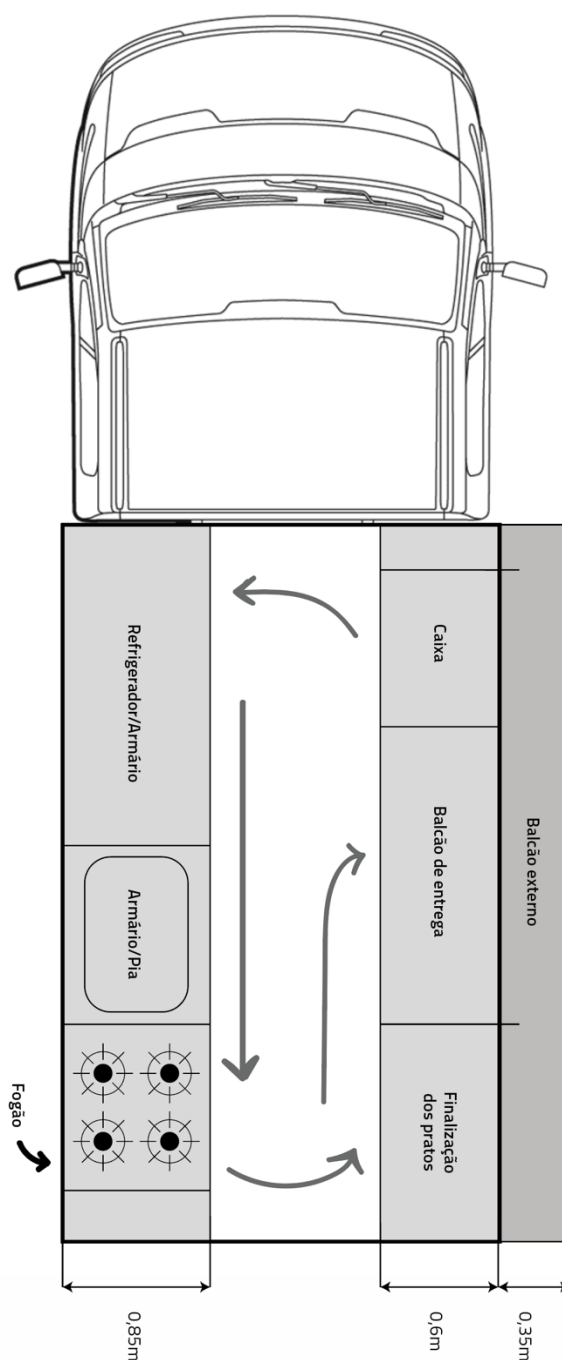


Figura 30: Leiaute destinado ao veículo do projeto. / Fonte: Autor

Produto

Historicamente, as refeições sempre foram feitas à mesa, respeitando uma ordem hierárquica ao se localizar na mesa e sempre em grupo, seja grande, seja pequeno, pois acaba por se tornar um momento de confraternização, onde pessoas estreitam sua intimidade e podem comungar juntos daqueles momentos. Porém, o modo de vida mudou bruscamente no século XX e está se agravando ainda mais agora no presente século. As pessoas estão com cada vez menos tempo de, por exemplo, almoçar com a família em casa, dedicando aquele tempo saudável para estar juntos. Com as casas cada vez mais longe dos locais de trabalho ou estudos, as pessoas escolhem por se alimentar fora de casa, e, com a redução do tempo livre para as refeições, muitos acabam escolhendo comer em *fast foods* e *food trucks*.

Os caminhõezinhos de comida não têm tradição de colocar mesas e cadeiras para seus clientes poderem sentar e relaxar enquanto saboreiam o prato adquirido. Por ser uma comida rápida, a ideia é que a pessoa consiga comer ali mesmo, em pé, sem que se exija um apoio nem nada que obrigue o cliente a usar algo além das duas mãos para conseguir se alimentar.

Por ser um *truck* que serve uma variedade de massa, essa preocupação de como o usuário vai comer em pé – sem o suporte de uma mesa e, às vezes, até vai comer caminhando, enquanto curte o evento em que o caminhão se encontra, ou voltando para seu ambiente de trabalho – é real, visto que o cliente não pode se sujar com molho caindo em sua roupa, não pode deixar cair no chão e, também, não é interessante que as mãos sejam prejudicadas pelo calor do prato.

Em caminhões que servem sanduíches, a solução fica fácil de ser encontrada, visto que é uma comida que não necessita – obrigatoriamente – de um prato e talheres para ser consumida. Mas como servir uma massa que não faça uma enorme bagunça?

Primeiramente, a massa escolhida é o pene. A receita britânica pede a massa-cotovelo como base, porém, o pene é mais facilmente encontrado no Brasil, além de ter custo inferior e ter efeito final semelhante, quando misturado ao molho. O fato de ser uma massa curta é essencial para que não haja grandes acidentes no momento da refeição. Esse fato ajuda também a eliminar a necessidade do uso de uma faca para se alimentar, podendo ser utilizado apenas um garfo ou uma colher – esta seria mais efetivo por poder captar todo o molho servido, apesar de ir contra as regras de *etiqueta*. Porém, as regras

de etiqueta são ignoradas a partir do momento em que a pessoa está se alimentando na rua, ao ar livre.



Figura 31: Massa do tipo "cotovelo": tradicionalmente utilizada na receita de mac and cheese. / Fonte: Barilla

Neste projeto, o que está sendo priorizado é a experiência do cliente, desde o momento em que ele avista o *truck* até o momento que ele retira o pedido, tudo deve seguir um padrão de qualidade, para que o consumidor perceba que nada está ali ao acaso, tudo está funcionando de acordo com o planejado. E uma embalagem que seja bonita, fácil de abrir, fácil de fechar e, principalmente, *amigável* ao ato de comer em pé.

Tendo em vista o vasto mercado de embalagens já existente, decidiu-se por utilizar um leiaute já existente neste projeto. Esta foi a embalagem escolhida pela simplicidade de confecção, afinal, é composta de uma folha de papel cartão com seu devido corte – feito através de uma faca de corte própria – e dobraduras predefinidas, pelo efeito visual causado quando ela está montada e por ser de um material que é amigável ao meio ambiente. A seguir, algumas imagens da embalagem escolhida.

A seguir, uma imagem expondo algumas especificações de dimensão da embalagem escolhida.

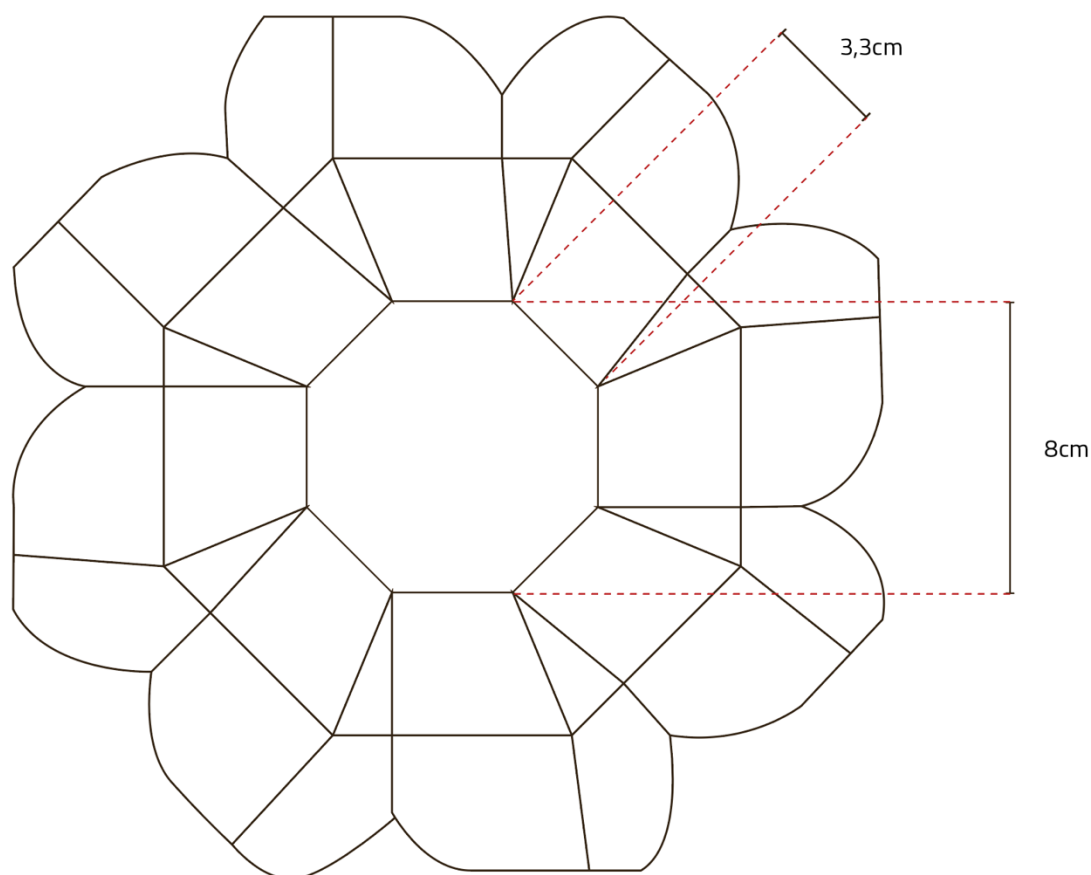


Figura 33: Planificação da embalagem proposta para o projeto. / Fonte: Autor

As dimensões acima descritas são baseadas em testes e no tamanho médio das embalagens de food trucks existentes. Com esse tamanho, a embalagem pode comportar de forma eficiente a porção servida. Uma característica desse *template* de embalagem é o fato de ter um sistema que se mantém fechado mesmo sem uso de adesivos ou colas. No *truck*, ela será entregue fechada com um adesivo com a marca de *Macaqueijo*.

Empresa

Para que se pudesse ter uma ideia mais amplificada do ponto de vista administrativo e estratégico, foi elaborado um *canvas* que delimita bem cada ponto abordado por ele que, segundo a teoria do criador deste modelo, são essenciais para que o negócio se estruture de forma plena e eficiente. O modelo encontra-se na última página dos anexos, dispostos após as *Referências bibliográficas*.

Macaqueijo tem, através da atividade de *food truck*, o anelo de ser uma empresa que é reconhecida por seu serviço eficiente, além da qualidade entregue ao cliente através de seus produtos. Fruto de uma ideia pessoal, este *truck* buscará, através de suas atividades pelas ruas da cidade, despertar a curiosidade de seu público para um prato incomum no contexto brasiliense, porém saboroso e adequado ao paladar local, além de se destacar dentre os repetitivos veículos semelhantes que comercializam sanduíches ou outros pratos internacionais por sua qualidade e atendimento ao público.

Com isso, podem ser explicitados sua missão, seus valores e sua visão. A seguir, estão explicitadas estas definições.

Missão	Valores	Visão
Oferecer produtos de qualidade aos clientes os permitindo experimentar receitas diferenciadas e propiciar experiências positivas.	<ul style="list-style-type: none">- Comprometimento;- Sustentabilidade;- Qualidade;- Desejo por melhorar;- Valorização do cliente.	Ser uma empresa de referência no mercado de food truck, sendo reconhecida por clientes e fornecedores pela qualidade dos nossos produtos e serviços.

Os custos para se iniciar um negócio deste porte são elevados, porém, com a efervescência do ramo dos últimos anos, se bem planejado, o *truck* consegue o retorno após três meses de atuação, segundo publicação do site Quantocusta.net. No caso do veículo escolhido neste projeto, os gastos primários são:

- Veículo Iveco Daily 35S14, com preço estimado em R\$ 90.000,00;
- Adaptação da cozinha com valores médios de R\$ 70.000,00;

– Taxas para adequações no Departamento de Transito – Detran e adequações sanitárias exigidas pela Anvisa. Os valores estimados para liquidar estas pendências rondam em torno de R\$ 2.500,00;

– Tendo em vista a quantidade de pratos preparados por dia, é necessário que haja a contratação de mais um funcionário para que seja atendida a demanda. O custo médio por funcionário é aproximadamente R\$ 2.000,00;

– Para que sejam adquiridos os utensílios necessários para o serviço e a confecção das embalagens o valor médio, segundo o site, é de R\$ 10.000,00;

– Por fim, há gastos com divulgação, que, no mercado atual, a média é de R\$ 3.000,00 destinados para esta finalidade.

Considerando-se os valores médios do mercado atual, o *Macaqueijo*, pronto para rodar, porém sem considerar a compra dos ingredientes, custa aproximadamente o montante de **R\$ 177.500,00** num primeiro momento, visto que há alguns investimentos mensais e outros que são pagos apenas uma vez. Atualmente, é possível, como pessoa jurídica, ter acesso a programas de créditos com taxas especiais para microempresários, categoria que um dono de *food truck* se insere.

Como vantagem competitiva, *Macaqueijo* se destaca por prezar pela qualidade de seus serviços, além do sabor diferenciado de seus pratos e por ser o único que vende este tipo de prato (até o momento, em 2016) no Distrito Federal.

Considerações finais

Este projeto apresentou um dentre diversos caminhos possíveis para se planejar um serviço de comida de rua em um *food truck* para o Distrito Federal. Através de variados braços do design, um único resultado pode ser alcançado. Pôde-se perceber quão novo e efervescente é este ramo alimentício no país e principalmente na Capital Federal, mas que já consegue mostrar sua personalidade e exigências para o ramo.

A ousadia de ofertar um prato raro na culinária brasileira a um público limitado durante os turnos é acreditar que o produto tenha uma demanda que seja real de pessoas que conhecem o prato por terem contato com o exterior do país, sentem vontade e saudades da experiência de comer o prato, mas não encontram em lugar algum da cidade um local onde possa ter contato com essa refeição inglesa.

Foi possível notar, também, que o design de serviços é uma ferramenta elementar para o desenvolvimento de um projeto deste porte, auxiliando e oferecendo ferramentas que transformam as tarefas deste trabalho em algo mais intuitivo, sempre priorizando as experiências do usuário final.

O resultado final de *Macaqueijo* me parece adequado ao que está disponível no mercado de *food trucks* atualmente, com o diferencial de ter um prato incomum no cotidiano candango e por poder funcionar em pé de igualdade com concorrentes que já circulam pelas ruas da cidade.

O manual de identidade visual que está em anexo a este relatório mostra detalhes de como a marca deverá ser aplicada e as demais especificações que cabem a este tipo de documento.

Através das pesquisas realizadas para a concretização deste projeto, fica claro que o momento atual é totalmente propício para a implementação desse *food truck* no mercado local, que tem grande demanda de público-alvo para esse tipo de comércio. Por ser um projeto pessoal, em breve, oxalá, ele saia do papel para circular pelas ruas da capital do país.

Referências bibliográficas

MONTANARI, Massimo; FLANDRIN, Jean-Louis, **História da Alimentação**. 5 ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2007.

MELO, Adriana; ABELHEIRA, Ricardo, **Design Thinking & Thinking... Design**. 1 ed. São Paulo: Editora Novatec, 2015.

VIANNA, Ysmar; VIANNA, Maurício; ADLER, Isabel K., **Design Thinking: Inovação em Negócios**. 1 ed. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.

PANERO, Julius; ZELNIK, Martin, **Dimensionamento Humano Para Espaço Interior**. 1 ed. São Paulo: GG Brasil, 2003.

NEVES, André, **Design Thinking Canvas**. 2 ed. Pernambuco: publicação digital independente, 2014. Disponível em:
<<http://www.cin.ufpe.br/~if683/material/?dir=.&download=designthinkingcanvasV2.pdf>>
Acessado em: 25/07/2016

Portal G1 de Notícias. **Rio ganha, na Tijuca, primeiro espaço fixo para Food Trucks**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/10/rio-ganha-na-tijuca-primeiro-espaco-fixo-para-food-trucks-da-cidade.html>>
Acessado em 25/07/2016

Portal Uai de Notícias. **Food trucks vivem momento de expansão em BH**. Disponível em: <<http://www.uai.com.br/app/noticia/gastronomia/2016/04/15/noticias-gastronomia,179056/food-trucks-vivem-momento-de-expansao-em-bh.shtml>>
Acessado em 25/07/2016

Portal do SEBRAE. **Food truck: Uma nova tendência**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/food-truck-uma-nova-tendencia,d128e6f7c633c410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>
Último acesso em 27/07/2016

Portal MSN Carros. **Funcionalidade visual e limpeza são palavras-chave para equipar um food truck.**

Disponível em: <<http://www.msn.com/pt-br/carros/negocios-sobre-rodas/funcionalidade-visual-e-limpeza-são-as-palavras-chave-para-equipar-um-food-truck/ar-BBpWSVT>>

Acessado em 21/07/2016

Institute of Food Technologists. **Food Packaging.**

Disponível em: <<http://www.ift.org/knowledge-center/read-ift-publications/science-reports/scientific-status-summaries/food-packaging.aspx>>

Acessado em 23/07/2016

Portal Quatro Rodas. **Utilitários acima de 1000kg.**

Disponível em: <<http://quatorrodas.abril.com.br/materia/utilitarios-furgoes-acima-de-1000-kg>>

Acessado em 20/07/2016

Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas. **Embalagem para produtos alimentícios.**

Disponível em: <<http://www.respostatecnica.org.br/dossie-tecnico/downloadsDT/NTY0MQ==>>>

Acessado em 23/07/2016

Portal Food And News. **Sistema de embalagem para alimentos congelados.**

Disponível em:

<<http://www.foodandnews.com/busca/tags%3A+alimentos+congelados+congel/2175-Sistema+de+embalagem+para+alimentos+congelados+-+Fotoimpress+>>>

Acessado em 23/07/2016

PRIS Embalagens. **Papel Certificado.** Disponível em:

<<http://www.prisembalagens.com.br/papel-certificado.php>>

Acessado em 23/07/2016

Anexos



Manual de Identidade Visual

Introdução

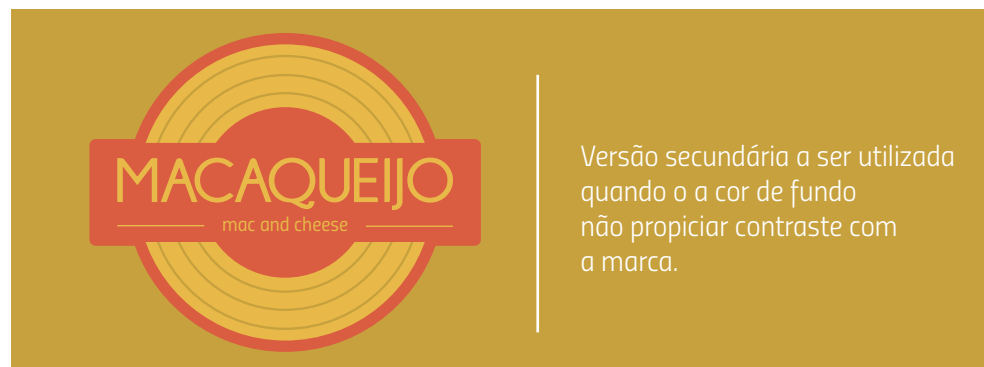
Este manual tem como objetivo estabelecer parâmetros para o uso correto da marca de Macaqueijo. É elementar que sejam tomados os cuidados de aplicação aqui descritos para que se possa conferir unidade à comunicação.

Assinaturas completas

Preferencial:



Secundária:



Tipografia

MACAQUEIJO

Champagne & Limousines Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

8pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

12pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate

16pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

mac and cheese

Titillium Regular Upright

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

8pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

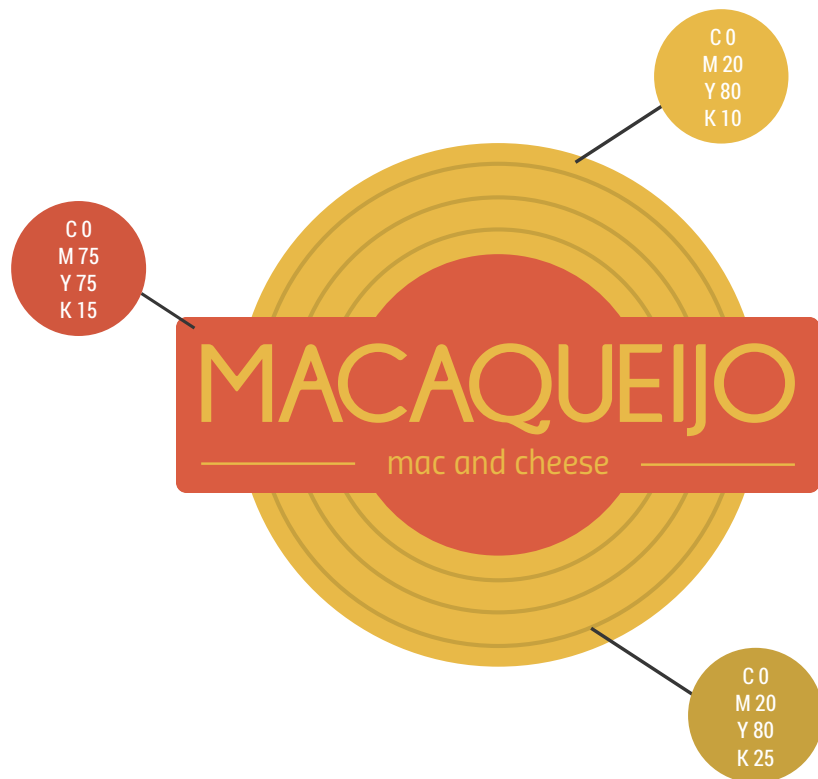
12pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit

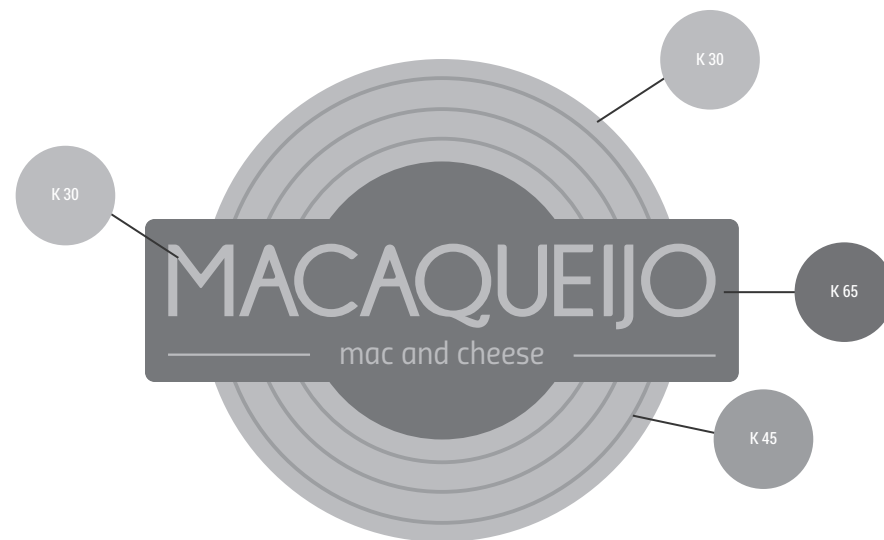
16pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Cores



Escala de cinza



Monocromática

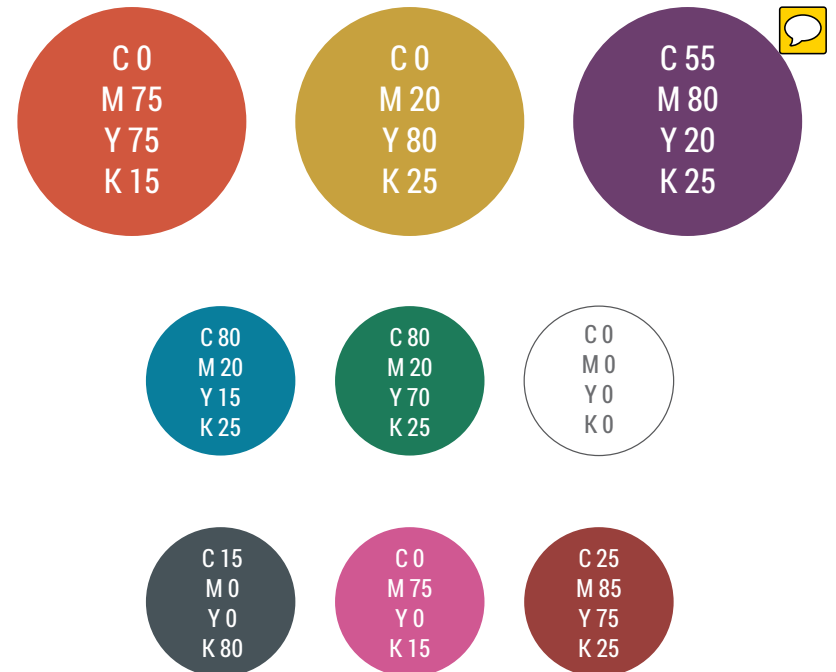


Positivo e negativo



Paleta de cores

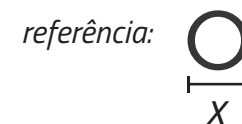
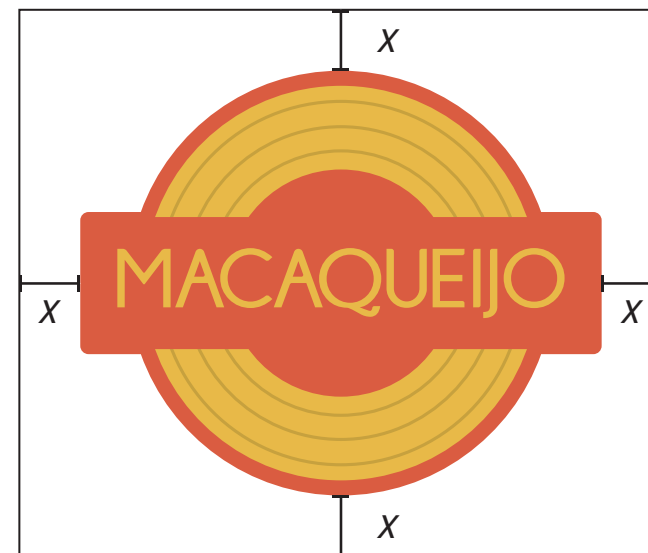
A seguir, a paleta de cores adotada para agregar à identidade visual de Macaqueijo. Ela é composta por nove cores, sendo três principais e seis secundárias.



Áreas de proteção



Uso da versão secundária



Redução máxima



Quando aplicada de forma reduzida, a versão escolhida deve ser a secundária e sem os dizeres 'mac and cheese'.

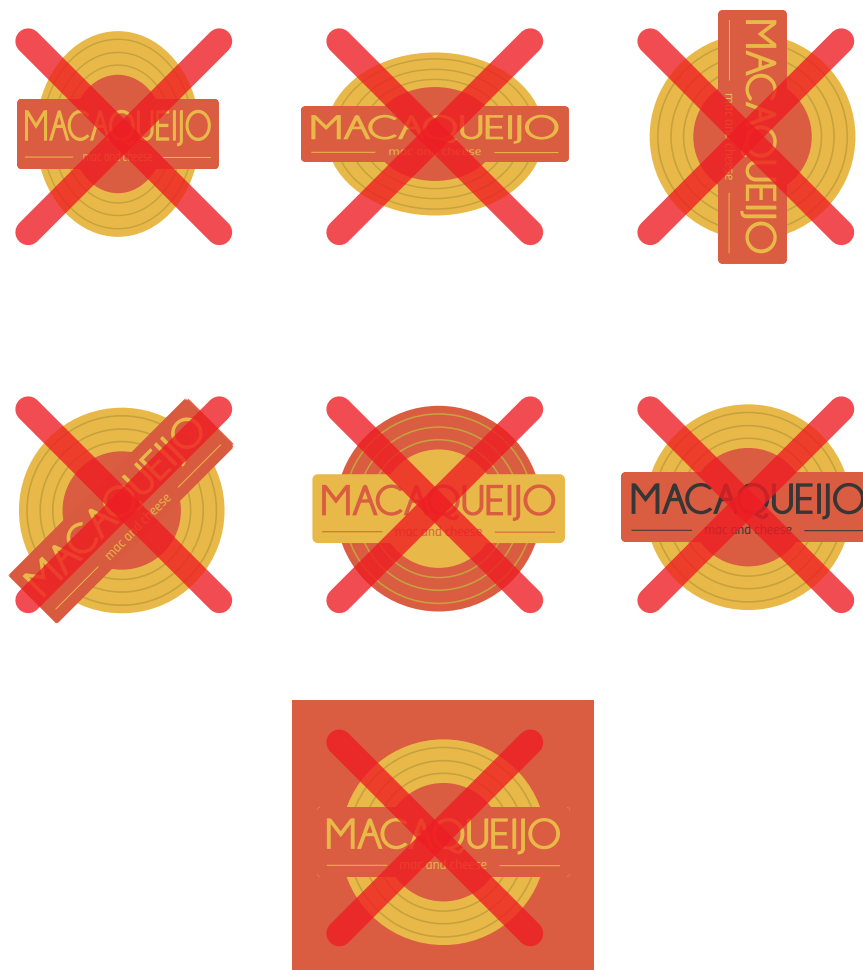
Aplicação sobre fundos

Está permitido aplicar a marca sobre cores lisas e sem qualquer tipo de textura. A seguir, alguns exemplos de aplicação sobre tons lisos.



Uso incorreto

A seguir, exemplos de usos incorretos da marca, não sendo permitido por este manual de identidade. Distorções e alterações de cores, bem como aplicação da marca sobre cores que não contrastem com a mesma estão proibidas.



Textura

Aqui, temos uma textura baseada no símbolo da marca para ser usada quando necessário e conveniente, desde que haja contraste suficiente para que se possa enxergar.



Aplicação no uniforme

A marca será aplicada em aventais utilizados pelos funcionários. Para completar o uniforme de serviço, as roupas por baixo do avental devem estar em sintonia com a paleta de cores. Abaixo um exemplo de avental branco, com a marca aplicada e o restante da vestimenta de acordo com a paleta de cores.



Aplicação no caminhão

Por fim, representações de como o caminhão fica com a identidade visual aplicada em sua carroceria.





LEI Nº 5.627, DE 15 DE MARÇO DE 2016

(Autoria do Projeto: Deputado Bispo Renato Andrade e Outros)

Dispõe sobre a comercialização de alimentos em food truck no Distrito Federal e dá outras providências.

O GOVERNADOR DO DISTRITO FEDERAL,

Faço saber que a Câmara Legislativa do Distrito Federal decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a comercialização de alimentos diretamente ao consumidor, de modo itinerante, em veículo automotor ou rebocável adaptado, denominado food truck, no Distrito Federal.

Parágrafo único. Para efeitos desta Lei, entende-se como itinerante a atividade exercida com alteração periódica de local, sem fixar ponto.

Art. 2º Para os efeitos desta Lei, considera-se food truck o veículo automotor ou rebocável adaptado com instalações que propiciem:

- I - o desenvolvimento de operações mínimas de manipulação de alimentos;
- II - o armazenamento de alimentos em temperatura adequada;
- III - a autonomia de água e energia;
- IV - o depósito adequado de captação dos resíduos líquidos gerados.

§ 1º O veículo automotor ou rebocável deve obedecer às dimensões máximas de:

- I - 7 metros de comprimento;
- II - 2,50 metros de largura;
- III - 3,30 metros de altura.

§ 2º É permitida a fixação de toldo retrátil no veículo.

§ 3º O pré-preparo, o acondicionamento de alimentos e o armazenamento de gêneros alimentícios deve ser realizado em cozinha de apoio, instalada em local distinto do food truck e sujeita à fiscalização da Vigilância Sanitária do Distrito Federal, atendido o disposto em normas sanitárias.

§ 4º A instalação de meio de propaganda no food truck é permitida desde que:

- I - restrita à fuselagem do veículo;
- II - apenas para sua identificação e caracterização;
- III - autorizada pelo órgão de trânsito competente.

Art. 3º (V E T A D O).

Art. 4º (V E T A D O).

Art. 5º Nos locais de estacionamento dos food truck, devem ser respeitadas as seguintes condições:

I - garantir a mobilidade e a acessibilidade de pessoas e veículos, de acordo com a legislação vigente;

II - observar a existência de espaço físico adequado para receber o equipamento e os consumidores, sem prejuízo das atividades desenvolvidas no local;

III - observar as sinalizações de visibilidade em intersecção viária;

IV - manter afastamento mínimo permitido da central de gás liquefeito de petróleo - GLP ou de gás natural, conforme as especificações estabelecidas na respectiva regulamentação.

Art. 6º É proibido o exercício da atividade de food truck nos seguintes locais:

I - ao longo de vias de trânsito rápido e rodovias;

II - em áreas estritamente residenciais;

III - próximo a instituições hospitalares;

IV - próximo a comércio estabelecido onde sejam exercidas atividades econômicas de restaurante e lanchonete;

V - no interior das superquadras do Plano Piloto;

VI - aqueles previstos no art. 181 do Código de Trânsito Brasileiro - CTB;

VII - o canteiro central e as vias N1 e S1 do Eixo Monumental, no trecho compreendido entre a Praça dos Três Poderes, a Esplanada e a Torre de TV;

VIII - na Praça dos Três Poderes.

§ 1º Excetua-se do disposto no inciso II as praças localizadas nas imediações das áreas residenciais.

§ 2º Excetua-se do disposto no inciso IV o funcionamento de food truck em horário diferente do comércio estabelecido ou quando houver acordo entre as partes.

§ 3º Excetua-se do disposto no inciso VII os bolsões de estacionamento da fonte luminosa.

§ 4º A proximidade prevista nos incisos III e IV deve ser definida em regulamentação.

§ 5º Excetua-se ao disposto neste artigo as atividades de food truck em eventos, que dependem de autorização específica regida pela Lei nº 5.281, de 24 de dezembro de 2013, e legislação superveniente.

Art. 7º (V E T A D O).

Art. 8º (V E T A D O).

Art. 9º (V E T A D O).

Art. 10. (V E T A D O).

Art. 11. É de inteira responsabilidade do autorizatário a instalação do respectivo food truck, às suas expensas, sem direito a qualquer tipo de indenização pelo Poder Público,

obedecidos os prazos e as condições estabelecidas no Termo de Autorização de Uso de Área Pública.

Art. 12. O órgão concedente pode rever a programação de trabalho, a qualquer tempo, em atendimento ao disposto nesta lei e em sua regulamentação.

Art. 13. São obrigações do autorizatário:

I - apresentar, durante o período de comercialização, todos os documentos necessários à identificação e à autorização de funcionamento do empreendimento;

II - exercer as atividades somente em dias, horários e locais permitidos;

III - manter em dia o pagamento do preço público e dos demais encargos relativos à ocupação do food truck;

IV - cumprir as normas de postura, higiene, limpeza, saúde pública, segurança pública, trânsito, meio ambiente e outras estipuladas para o exercício da atividade, nos termos da legislação vigente;

V - recolher o food truck, cadeiras, mesas e tenda após encerramento das atividades;

VI - respeitar o limite estabelecido na legislação de poluição sonora;

VII - exercer exclusivamente as atividades previstas no Termo de Autorização de Uso de Área Pública;

VIII - manter, em local visível, o Termo de Autorização de Uso de Área Pública e o licenciamento da atividade relativa ao food truck;

IX - manter conservada e limpa a área permitida e a área adjacente, conforme respectiva regulamentação, durante a atividade e imediatamente após seu encerramento;

X - manter acondicionado o lixo, de forma adequada, para os fins de coleta, nos termos da legislação vigente, disposto em vasilhames com separação de resíduos;

XI - possuir depósito de captação dos resíduos líquidos gerados para posterior descarte, de acordo com a legislação vigente;

XII - apresentar programação de trabalho conforme regulamentação;

XIII - arcar com as despesas de água, energia elétrica e outras decorrentes da instalação e do uso do food truck;

XIV - implantar e programar as boas práticas de fabricação, conforme o manual de Boas Práticas e os Procedimentos Operacionais Padronizados específicos para a atividade prevista nas normas sanitárias;

XV - manter no food truck, em local visível e de fácil acesso ao público, exemplar do Código de Defesa do Consumidor.

Art. 14. Fica proibido ao autorizatário:

I - comercializar bebidas alcoólicas no perímetro de segurança escolar;

II - exercer atividade de food truck nas áreas e restrições definidas pelo Poder Executivo;

III - vender, locar, arrendar ou ceder, a qualquer título, a autorização ou seu

respectivo espaço físico;

IV - residir no food truck;

V - estacionar o food truck nos locais proibidos citados no art. 6º;

VI - utilizar equipamento sem a devida autorização ou modificar as condições de uso determinadas;

VII - utilizar som ao vivo e televisão com amplificação do som, de acordo com a legislação vigente;

VIII - descartar, na rede pluvial, resíduos líquidos e sólidos gerados;

IX - colocar caixas e equipamentos em área pública em desconformidade com as previsões legais;

X - depositar resíduos sólidos ou líquidos provenientes de seu comércio ou de outra origem nas vias ou logradouros públicos;

XI - causar dano ao bem público no exercício de sua atividade;

XII - perfurar calçadas ou vias públicas;

XIII - fazer uso de muros, passeios, árvores, postes, bancos, caixotes, tábuas, encerados, toldos, gradis, canteiros e edificações com o propósito de ampliar os limites ou auxiliar na montagem do food truck ou na exposição de mercadorias;

XIV - utilizar via ou área pública para colocação de quaisquer elementos do tipo cerca, parede, divisória, grade, tapume, barreira, caixa, vaso, vegetação ou outro que caracterizem o isolamento do local de manipulação e comercialização;

XV - expor mercadorias ou volumes além do limite ou da capacidade do equipamento;

XVI - utilizar faixas para divulgação do estabelecimento;

XVII - alterar o food truck, salvo quando devidamente autorizado pelos órgãos competentes elencados no art. 8º, parágrafo único;

XVIII - comercializar ou manter em seu equipamento produtos sem inspeção, sem procedência, alterados, adulterados, fraudados e com prazo de validade vencido. Parágrafo único. Excetua-se do disposto no inciso IX os equipamentos de geração de energia, desde que garantidas as condições de segurança e acessibilidade.

Art. 15. (V E T A D O).

Art. 16. Somente é concedida permissão de uso para solicitante cujo veículo esteja:

I - cadastrado na vigilância sanitária;

II - devidamente licenciado para exercício, sem débitos de multa de trânsito vencida;

III - com o Imposto sobre a Propriedade de Veículo Automotores - IPVA, o licenciamento e o seguro de trânsito pagos e com inspeção realizada.

Art. 17. O autorizatário que descumprir o disposto nesta Lei ou deixar de cumprir as obrigações do Termo de Autorização de Uso de Área Pública, total ou parcialmente, está sujeito às seguintes sanções, aplicadas isolada ou cumulativamente, sem prejuízo das demais sanções cabíveis previstas na legislação:

I - advertência;

II - multa;

III - interdição;

IV - apreensão de mercadorias, equipamentos e food truck;

V - cassação do Termo de Autorização de Uso de Área Pública;

VI - cassação das certificações expedidas; VII - determinação de retirada do food truck.

Parágrafo único. As penalidades descritas neste artigo são aplicadas aos estabelecimentos food truck e permanecem válidas mesmo que, após o recebimento do auto, a infração seja sanada.

Art. 18. As multas pelas infrações preceituadas nesta Lei são aplicadas de acordo com a gravidade da infração, nos valores de:

I - R\$ 1.496,04 por descumprimento do art. 13, I e II, e do art. 14, I a VI;

II - R\$ 1.196,82 por descumprimento do art. 13, III a VI, e do art. 14, VII;

III - R\$ 897,61 por descumprimento do art. 13, VII, e art. 14, VIII;

IV - R\$ 598,40 por descumprimento do art. 13, VIII, e do art. 14, IX a XVII, e por demais infrações não indicadas neste artigo;

V - R\$ 299,19 por descumprimento do art. 13, IX e X. Parágrafo único. Os valores das multas especificados nesta Lei são corrigidos anualmente ou em prazo menor autorizado pela legislação do Distrito Federal, em conformidade com a Lei Complementar nº 435, de 27 de dezembro de 2001.

Art. 19. As multas devem ser aplicadas em dobro e de forma cumulativa, se ocorrer má-fé, dolo, reincidência ou infração continuada.

§ 1º Considera-se infração continuada a manutenção do fato ou da omissão, por mais de 30 dias da autuação originária, ou o cometimento de várias infrações de mesma espécie, apuradas em uma única ação fiscal.

§ 2º É considerado reincidente o infrator autuado mais de 1 vez no período de 12 meses, após o julgamento definitivo do auto de infração originário.

Art. 20. O descumprimento das normas de segurança contra incêndio sujeita o estabelecimento e seu respectivo representante legal às penalidades previstas na legislação pertinente.

Art. 21. O descumprimento das normas previstas em legislação própria dos órgãos fiscalizadores sujeita o estabelecimento às penalidades pertinentes.

Art. 22. A interdição se dá quando:

I - não são sanadas as determinações preceituadas na notificação no prazo estabelecido na respectiva regulamentação;

II - o exercício da atividade apresenta risco de dano iminente à comunidade;

III - são cassados 1 ou mais documentos previstos no art. 7º desta Lei.

§ 1º O food truck deve ser desinterditado apenas quando sejam sanadas as causas

que ensejaram a interdição.

§ 2º Nos casos em que haja necessidade de vistoria para aferir o cumprimento da exigência, ela é consignada em Termo de Vistoria ou Relatório de Ações Fiscais expedido pelo órgão concedente.

Art. 23. (V E T A D O).

Art. 24. É determinada a retirada do food truck quando:

I - o proprietário não possuir o respectivo Termo de Autorização de Uso de Área Pública;

II - for interditado pelo CBMDF.

Art. 25. A apreensão do veículo food truck ou de mercadorias se dá nos seguintes casos:

I - instalação em desacordo com a legislação;

II - não cumprimento da determinação de retirada do food truck; III - comercialização de produtos proibidos ou de origem irregular, conforme legislação em vigor.

Art. 26. (V E T A D O).

Art. 27. Fica estabelecido o prazo de 90 dias para que os estabelecimentos se adaptem às disposições a partir da sua regulamentação.

Art. 28. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 29. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 15 de março de 2016

128º da República e 56º de Brasília

RODRIGO ROLLEMBERG

Este texto não substitui o publicado no Diário Oficial do Distrito Federal, de 16/03/2016.

